


2021

# Stel de juiste vragen, vóóordat je een offerte maakt



## Inhoud

1.	Het verkoopgesprek en de customer journey.....	2
2.	De behoeftesituatie van de klant .....	2
2.1.	Vragen stellen helpt .....	2
2.2.	Daarom stellen we vragen.....	3
2.3.	Maak niet deze fout .....	3
3.	Allerlei soorten en maten vragen .....	3
3.1.	Open informatievragen .....	3
3.2.	Gesloten informatievragen .....	4
3.3.	Suggestieve vragen .....	4
3.4.	Controlevragen .....	5
3.5.	De isolatievraag .....	5
3.6.	Strikvragen .....	5
3.7.	De reflecterende vraag.....	6
3.8.	De waarom-vraag .....	6
3.9.	Kwalificatievragen.....	6
4.	Bepaal je eigen aanpak .....	8



HEBBEN DEZE WHITEPAPER EN DE ANDERE OFFERTETIPS JE VERDER GEHOLPEN?  
KLIK HIER EN DOE EEN VRIJWILLIGE BIJDRAGE VIA IDEAL.

## 1. Het verkoopgesprek en de customer journey

Met een beetje goede wil kunnen we een verkoopgesprek vergelijken met een reis, die jij en de klant samen ondernemen. Een reis met als vertrekpunt het moment waarop de klant het product of de dienst nog niet kent. En met als eindpunt de beslissing ten aanzien van dit product of deze dienst.

Jij speelt hierbij de rol van reisleader. Het is jouw taak de reis - in de betekenis van verkoopgesprek - te plannen, dat er tussenstations worden gekozen waar de klant zich zonder bezwaar heen wil laten leiden.

## 2. De behoeftesituatie van de klant

Aan het begin van het gesprek moet je eerst de behoeftesituatie van de klant onderzoeken, ook als je meent dat je deze al grondig kent. Te vaak laten we ons leiden door vooroordelen en vooringenomen kennis.

Als je de behoeftesituatie van de klant nog NIET kent, gaat het om het vaststellen en eventueel kwantificeren van een bestaande of door de klant al erkende behoefte. Of om het wekken van een weliswaar bestaande, maar bij de klant nog niet bewust levende behoefte. Of om het vaststellen, dat er geen behoefte bestaat, zodat u het gesprek hoffelijk kunt beëindigen.

### 2.1. Vragen stellen helpt

Om een behoefte te ontdekken of te wekken, is het noodzakelijk vragen te stellen. Wie in staat is de goede vragen te stellen en goed te letten op de reacties van de gesprekspartner, kan een juiste uitgangspositie bepalen voor zijn verkoopgesprek.

**Vragen stellen als je het antwoord al weet.** De vraag betekent in het verkoopgesprek echter nog veel meer dan een middel voor het verzamelen van informatie. En dat is ook de belangrijkste reden dat de ervaren verkoper ook *dán* vragen stelt, als hij de antwoorden eigenlijk al kent.

*Stel ook vragen als je het antwoord al weet.*

**Wat is namelijk het geval?** Vooral aan het begin van een verkoopgesprek is de houding van de klant nog afwerend. Wat wil je eigenlijk van hem? Als je nu in deze situatie beweert dat je de behoeftesituatie van de klant kent, heeft deze al gauw de neiging hier een bewering tegenover te plaatsen. En we weten allemaal: een bewering en een tegenbewering vormen een discussie. Een discussie kun jij wel willen, maar meestal verliest je dan wel de potentiële klant.

*Bewering + tegenbewering = discussie.*

**Vraag + antwoord is samenwerking.** Een vraag leidt maar hoogst zelden tot een andere reactie dan tot een antwoord. En we mogen zeggen: vraag plus antwoord betekent samenwerking. Vooropgesteld dat de vragen zorgvuldig zijn gekozen en geformuleerd, kan deze samenwerking tussen klant en verkoper vruchtbaar zijn.

*Vraag + antwoord = samenwerking.*

## 2.2. Daarom stellen we vragen

De vraag in het verkoopgesprek heeft een verstrekkende betekenis. Vragen ...

- ... geven je informatie over de behoeften van de klant, waardoor je een betere uitgangspositie krijgen voor een doelgericht gesprek.
- ... maken het je ook mogelijk de klant te observeren en te beoordelen; ook dat verbetert je uitgangspositie.
- ... tonen je belangstelling en leiden tot het vertrouwen dat de klant in je moet hebben. Daardoor word je geloofwaardiger.
- ... verhogen ook het gevoel van eigenwaarde van de klant, zodat hij het prettig vindt met je te praten.
- ... maken het je mogelijk gedurende het gesprek het initiatief te nemen en het gesprek in de juiste richting te sturen.

## 2.3. Maak niet deze fout

De voornaamste fout die je kunt maken, bestaat daaruit, dat u te veel beweert en te weinig vragen stelt. Waarom? Meestal uit gebrek aan zelfvertrouwen. Wie zich onzeker voelt, verschuilt zich achter beweringen om daarmee een soort schijnzekerheid te verkrijgen.

*Praat minder en luister meer.*

# 3. Allerlei soorten en maten vragen

Om de klantbehoefte te achterhalen kun je allerlei soorten vragen stellen.

## 3.1. Open informatievragen

Gebruik voor het verkrijgen van informatie OPEN VRAGEN. De vragen zijn zo gesteld, dat de klant volledige vrijheid heeft bij het antwoorden. Open vragen beginnen met de 7 W's en 1 H

- **Waarom** dit project?
- **Wat** is het doel van het project?
- **Welke** wijze wordt het projectresultaat gerealiseerd?
- **Waar**mee wordt het project gefinancierd?
- **Wie** zijn betrokken bij dit project?
- **Waar** moet het project resultaat sorteren?
- **Wanneer** loopt het project en voor hoe lang?
- **Hoe** verloopt het beslissingsproces?

*Hanteer de 7 W's + 1 H.*

### 3.2. Gesloten informatievragen

Behalve open informatievragen zijn er ook GESLOTEN INFORMATIEVRAGEN. Dit zijn gerichte vragen. Je vraagt niet naar het oordeel van de klant, maar naar gegevens die je nodig hebt om jezelf een oordeel te vormen over de klant: *Bent u tevreden over de kwaliteit?*

*Gesloten informatie vragen zijn gerichte vragen.*

Een leverancier van magazijnstellingen vraagt bijv.: *Mag ik u eens vragen, wat is in uw bedrijf het grootste probleem: gebrek aan ruimte of aan personeel?*

Dit is een gesloten informatievraag, maar aangezien de vraag op twee antwoorden wordt gericht, is dit eigenlijk een ALTERNATIEVE VRAAG. De alternatieve vraag plaatst de klant voor een keuze: *Wat wilt u, de grote of de kleine? Wanneer schikt het u dat ik langskom: woensdagmiddag of vrijdagochtend?*

*Met de alternatieve vraag laat je de klant keuzes maken.*

### 3.3. Suggestieve vragen

**Suggestieve vragen zijn ja-antwoorden.** Onder een suggestieve vraag verstaan we een vraag met een ingebouwd antwoord. De klant heeft zo goed als geen andere keus dan op de door jouw gewenste manier te antwoorden. En bij een suggestieve vraag moet je de klant laten antwoorden. Suggestieve vragen kunnen eigenlijk alleen maar met ja worden beantwoord, tenzij je met een uitgesproken dwarsligger te doen hebt.

**Bevestigingsritme.** Door de klant te laten antwoorden komt deze in het zogenaamde bevestigingsritme of het ja-ritme. Hij bevestigt wat je zegt en stimuleert de eensgezindheid, en dat maakt het de klant gemakkelijker ook bij de volgende vraag met ja te antwoorden.

**Voorbeelden.** Suggestieve vragen bevatten vaak woorden als zeker of wel:

- *U bent toch zeker geïnteresseerd in een besparing op uw stookkosten van ca 30%?*
- *U wilt bij de inrichting van uw nieuwe magazijn toch zeker zoveel mogelijk op arbeidskosten besparen?*
- *U bent er toch wel in geïnteresseerd om per vierkante meter oppervlakte meer omzet te boeken?*

**Maar opgelet.** Als je overdrijft met suggestieve vragen, voelt een klant zich al snel gemanipuleerd. Het lijkt dan alsof je laat hem dingen zeggen die hij helemaal niet wilt zeggen.

*Een suggestieve vraag kan alleen maar met 'ja' worden beantwoord. Een klant raakt in een bevestigingsritme, maar overdrijf er niet mee.*

### 3.4. Controlevragen

Erg belangrijk zijn CONTROLEVragen. Je controleert ermee of je op het goede pad zit en of de klant het begrepen heeft. Je leidt met uw controlevraag een eventuele afronding van het gesprek in en vermijdt er een monoloog mee.

Uit controlevragen moet blijken of de klant meedenkt en het eens is met je argumenten. Je laten hem dit uitdrukkelijk zeggen en halen hem daarmee uit de sfeer van de vrijblijvendheid.

*Met een controlevraag check je of je op de goede weg bent.*

### 3.5. De isolatievraag

Stel, je klant komt met een tegenargument of een bezwaar op de proppen. Dan komt de zogenaamde ISOLATIEVRAAG goed van pas. Voordat je op de tegenwerping of uitvlucht ingaat, wil je namelijk weten of er nog een aantal verborgen tegenwerpingen bestaan, of dat je werkelijk tot een afsluiting kunt komen als je het bezwaar uit de weg hebt geruimd.

*Met de alternatieve vraag check je of de klant nog meer bezwaren heeft.*

### 3.6. Strikvragen

Doorgewinterde ondernemers en verkopers hanteren ook wel STRIKVRAGEN. Strikvragen worden gesteld met het doel de klant lichtelijk in verwarring te brengen, omdat hij het antwoord op de vraag niet weet. En daarom zijn ze niet ongevaarlijk. Je wilt de klant natuurlijk niet vernederen. Een voorbeeld:

- Jij: *Meneer Klaassen, kunt u mij, afgezien van de prijs en de winstmarge, drie belangrijke redenen noemen waarom u een nieuwe smeerolie in uw assortiment zou opnemen?*
- De klant zwijgt in alle talen. Jij vervolgt:
- Jij: *Zijn het niet de volgende drie redenen. Ten eerste: De olie moet uw klantenkring aanmerkelijk vergroten. Ten tweede: De olie moet uw gemiddelde winst per liter verhogen. Ten derde: De olie moet uw klanten ertoe brengen u als leverancier trouw te blijven, omdat deze niet overal verkrijgbaar is. Zijn dat niet drie belangrijke redenen, meneer Klaassen?*

Je voelt zelf ook wel aan... Met deze aanpak begeef je op glad ijs. Wees er dus voorzichtig mee.

*Strikvragen kunnen heel goed werken, maar zijn wel gevaarlijk. De klant voelt zich snel gemanipuleerd en je begeeft je dan dus op glad ijs.*

### 3.7. De reflecterende vraag

Met een REFLECTERENDE vraag geef je uitsluitend weer wat de ander heeft opgemerkt. Bijvoorbeeld:

- De klant: *Het artikel loopt niet zo best.*  
Jij: *Loopt het niet zo best?*
- De klant: *Dat is nu elke keer zo.*  
Jij: *Is dat elke keer zo?*

De reflecterende vraag laat zien, dat je goed geluisterd hebt, omdat de vraag precies weergeeft wat de ander heeft gezegd. Dat stimuleert de ander door te praten. Niet alleen vanwege de getoonde belangstelling, maar omdat wat de klant zei waarschijnlijk niet duidelijk genoeg was en dus een aanvulling of nadere toelichting nodig is.

### 3.8. De waarom-vraag

De WAAROM-vraag is de belangrijkste vraag die je tot uw beschikking heeft. Je kunt je veel discussies besparen als je bij onverwachte en onaangename vragen van de klant in vriendelijke en oprechte verbazing zou antwoorden: *Waarom meent u dat, meneer de Klant?* Dat klinkt veel positiever dan wanneer je meteen tegenspreekt of probeert uzelf of uw bedrijf te verdedigen.

### 3.9. Kwalificatievragen

**Wat zijn het?** Kwalificatievragen zijn vragen waarmee je de klant en/of zijn verzoek kunt kwalificeren. Met zijn antwoorden bepaal je dan of de klant en/of zijn verzoek geschikt zijn voor jou als opdrachtnemer/leverancier.

**Bij een offerteaanvraag.** Veel mensen durven ook niet goed 'nee' te zeggen. Ze proberen van je af te komen met de woorden: "Maak maar een offerte". Ook dat is een goede reden om kwalificatievragen te stellen.

**Voorbeeld kwalificatievragen.** Het hangt een beetje van je bedrijf, de branche, je product of dienst én van het type klant af welke kwalificatievragen je wel en niet stelt. Een aantal voorbeelden zijn de volgende:

- *Als ik het goed begrijp dan bent u ervan overtuigd dat wij (ons product, onze dienst) dé oplossing voor u probleem is. Zie ik dat goed?*
- *Waarom vragen jullie juist mij/ons om een offerte te maken?*
- *Waar zit ik in jullie beslissingsproces? (Soms is er al een beslissing genomen..).*
- *Hoe definitief is het dat u van onze dienst gebruik wilt gaan maken?*
- *Waar hangt dat nog van af?*
- *Wie is jullie huidige leverancier? Waarom wilt u afscheid nemen? (Soms mag je alleen maar een offerte uitbrengen om de huidige leverancier scherp te houden).*
- *Hoe werkt het beslissingsproces bij nadat ik een offerte heb uitgebracht?*
- *Hoeveel aanbieders zijn er nog meer om een offerte gevraagd?*
- *Wat zijn voor jullie (behalve) de prijs de belangrijkste beslissingscriteria?*

- *Op grond waarvan gaan jullie beslissen?*
- *Wat is het budget?*
- *Aan welke prijsklasse denkt u?*
- *Hoe definitief dit project?*

**Drie manier om kwalificatievragen te stellen.** Natuurlijk voor je niet alle bovenstaande vragen op de klant af. Je kiest de vragen die voor jou het meest relevant zijn en stelt ze op een voor jou vertrouwde manier. Zolang je ze maar durft te stellen en ook echt stelt. Er zijn drie soorten vragen voor die je daarvoor kunt gebruiken:

1. Directe vragen
2. Constructieve vragen
3. Emotionele vragen

**Directe vragen.** Je informeert meteen naar je kansen.

- *Heeft u ook andere leveranciers om een offerte gevraagd?*
- *Hoeveel leveranciers vraagt u in principe telkens om een offerte?*
- *Hoe groot is het budget dat u in gedachten heeft?*
- *Wat zijn uw belangrijkste besluitvormingscriteria?*
- *Hoe zien onze kansen eruit?*
- *Hoe is onze positie in vergelijking met die van de concurrentie? Hoe staan wij ervoor qua prijs?*
- *Behoren wij tot een bepaalde selectie? Welke plaats nemen wij daarbij in?*

**Constructieve vragen.** Je vraagt naar de verdere gang van zaken.

- *Heeft u ook andere leveranciers om een offerte gevraagd?*
- *Hoeveel leveranciers vraagt u in principe telkens om een offerte?*
- *Hoe groot is het budget dat u in gedachten heeft?*
- *Wat zijn uw belangrijkste besluitvormingscriteria?*
- *Hoe zien onze kansen eruit?*
- *Hoe is onze positie in vergelijking met die van de concurrentie?*
- *Hoe staan wij ervoor qua prijs?*
- *Behoren wij tot een bepaalde selectie? Welke plaats nemen wij daarbij in?*

**Emotionele vragen.** Je vraagt de klant hoe hij zuiver gevoelsmatig jouw kansen beoordeelt.

- *Wat heeft u voor een gevoel met betrekking tot dit project?*
- *Wat is uw persoonlijke mening over onze kansen?*
- *Wat bevalt u het best (het minst) in onze aanbieding?*
- *Mag ik met een goed gevoel huiswaarts keren?*

*Met kwalificatie kun je een offerteaanvraag goed kwalificeren.  
Met gekregen antwoorden beoordeel je óf en hoeveel tijd je in een  
aanvraag steekt.*



## 4. Bepaal je eigen aanpak

Je bent geen doorgewinterde verkoper en misschien wil je dat ook helemaal niet zijn. Juist daarom is het goed om je voor een verkoopgesprek goed voor te bereiden. Vraag je eerst zelf eens af waarom klanten jouw product of dienst afnemen. Waar help je hen mee? Bereid vervolgens een aantal vragen voor die je zeker moet stellen.

Bijvoorbeeld:

- *Welke vragen stelt u zich bij het kiezen van een leverancier?*
- *Welke zorgen maakt u zich?*
- *Wat vindt u het allerbelangrijkst? Welke eisen stelt u zich daarbij?*
- Enz.

## Hou Offertewegwijzer online!

Heb je profijt van de tips en adviezen van Offertewegwijzer?

Help dan om de website in stand te houden door een kleine vrijwillige bijdrage te doen. Dan kan heel eenvoudig door op onderstaande doneerknop te klikken. De betaling loopt dan (veilig) via iDeal.

Vrijwillige bijdrage  
(iDEAL)

Deze checklist is een product van de Offertewegwijzer, een product van Top! Communicatie. Bij het ontwerpen en samenstellen van deze checklist is de grootst mogelijke zorgvuldigheid betracht. Desondanks accepteert Offertewegwijzer/Top! Communicatie geen enkele aansprakelijkheid voor schade ontstaan door het gebruik van deze checklist.

© Zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Offertewegwijzer/Top! Communicatie is het niet toegestaan deze checklist te verveelvoudigen of openbaar te maken.